

在宅医療・介護多職種連携協議会 啓発・広報部会

目 的

在宅医療・介護に係る市民啓発について検討する。

- 市民啓発推進の検討
- 在宅医療情報紙わがやの発行
- その他在宅医療に関する啓発関係の検討



《令和3年》啓発・広報部会

第2回 オンライン 会議 (令和3年7月29日)	1 報告事項 ・ 地域啓発活動（出前講座・デジタルサイネージ） ・ 在宅医療情報紙「わがや」第18号 2 議事内容 ・ 「わがや以外の啓発活動」について
-----------------------------------	--

〇テーマ「新型コロナウイルス感染症の情報を入口とし、在宅医療を届ける」

- ・新型コロナウイルス感染症のワクチン接種等が開始されてから、当センターへの「かかりつけ医」に関する相談が増えた背景あり。

⇒元気なうちから「かかりつけ医」を持ち、後に在宅医療の入口になる事を紹介

〇ターゲット層⇒無関心層の中の働き盛り・子育て世代

■ **タイトル**
「コロナ禍だからこそ心強い！
『かかりつけ医』」

■ **配布部数** 約18万部

■ **配布場所**

- ・三師会関係機関
- ・市内15病院
- ・市内小中学校
- ・各家族へのポスティング

(一部地域を除く)

- ・《新》保育園・幼稚園
関係施設等

■ 《新》在宅医療の体験談募集
コーナー設置

《表面》

柏市在宅医療情報紙 Vol.18
9月1日発行

コロナ禍だからこそ心強い！『かかりつけ医』

信頼できる「かかりつけ医」をみつけよう！
自宅から遠い所でも、相談や質問に身をおいてくれる、コミュニケーションの取りやすさ、信頼できるかかりつけ医を見つけてみるのがポイントです。

「かかりつけ医」って？
「かかりつけ医」は「健康のことや健康に対する不安など何でも相談できる、身近な地域にいるお医者さん」のことです。

「かかりつけ医」のイトコロ！
◎ 子どもの発達や成長に関する悩み、生活スタイルなど、その人に合った治療やお薬の提案などをしてくれる。
◎ 病気の早期発見・早期治療
◎ 日頃の健康状態を知り、理解しているかかりつけ医からこそ、少しの体調の変化にも気づき、アドバイスしてくれます。
◎ 急に病気を患った時も、日頃の健康状態を知っているかかりつけ医と相談することがあります。
◎ 専門外の相談は 専門の医療機関へ紹介
相談内容がかかりつけ医の専門外の場合は、これらでの病状や経過など治療に必要な情報を伝えて、専門の医療機関に紹介状も発行してくれます。

「かかりつけ医」は、お医者さんにとっても心強い味方です。
お医者さんにとっても心強い味方です。
お医者さんにとっても心強い味方です。
お医者さんにとっても心強い味方です。

《裏面》

「わがやストリー」
「かかりつけ医」は家族の心強い味方！

子どもの予防接種で「まよ」が不安。「おなかのあたりが痛いですか？」と心配する「まよ」に、「大丈夫だよ」と励ます「お医者さん」。

「お医者さん」が「かかりつけ医」の重要性を説明。「かかりつけ医」は家族の心強い味方だと強調する。

「かかりつけ医」は家族の心強い味方だ。家族の健康を守るための大切な存在だと強調する。

「かかりつけ医」は家族の心強い味方だ。家族の健康を守るための大切な存在だと強調する。

《今後のわがや「テーマ」》

※令和3年第1回部会で検討済

わがや19号 「在宅医療の“入口”を紹介

わがや20号 「自分の生活スタイルを変える事無く、在宅医療を支えられる事例紹介」



■新しい生活様式を取り入れた出前講座

対 象	申し込み状況	実施回数 (他職種講演回数)	参加人数 *延数
老人会・サロン・ 町会など	2	2 (0)	51
民児協・地区社協・ ふる協	3	1 (0)	11
その他 (市民団体, NPO等)	3	2 (0)	34
合 計	8	5 (0)	101

(令和3年9月15日時点)

《今年度の活動》

■現時点で8件依頼あり(5件実施済み)

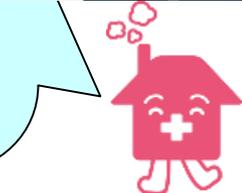
■オンラインでの出前講座を実施

○対象：終活準備をしているかた

○テーマ：

「柏の柏の在宅医療とエンディングノート
人生最後まで住み慣れた
“わが家”で暮らしたい」

○参加者：会場30名/Zoom9名



■デジタルサイネージによる動画放映

○「柏の在宅医療動画」PR版(30秒)

☆柏駅西口・南口・東口



☆本庁1階総合受付前
モニター



☆柏の葉キャンパス駅



○「柏の在宅医療動画」本編版(約7分)

☆本庁1階J:COM
モニター



《趣旨》

「わがや以外の啓発活動」とは

- ・在宅医療への無関心層の中のターゲット層（働き盛り・子育て世代）に向けた、**興味関心を持って貰うための在宅医療啓発の入口となる企画**を検討していく

《具体的な活動のアウトライン》

○ 第2回啓発広報部会

- ① 「わがや以外の啓発活動」について部会内で**3つのチームを編成**
- ② 各チーム（スポーツ、グルメ、有名人）で企画（素案）を検討

《部会後の活動》

- ・基本的には**事務局が調整・運営を実施**
- ・各チーム部会員の皆さまと、無理の無い範囲で、企画立案・運営にお力添えいただく予定

- #### ○ 第3回啓発広報部会【R4.1.27（木）19時から】
- 各チーム活動の**進捗を報告**

- ターゲット層：働き盛り世代・子育て世代
- 目的：スポーツ団体とコラボし、「在宅医療」を知って貰い、身近な親や祖父母の在宅医療について考える機会を創出



《在宅医療啓発の入口としての企画素案》

○コラボ団体

- 案① プロサッカーチーム「柏レイソル」
- 案② 女子バスケットボール「JX-ENEOSサンフラワーズ」

○企画内容

- “クリニック（病院，バスケット：シュートフォーム）”つながり企画
- わがやとのコラボ(オンライン対談の掲載など)
- コラボ団体の公式サイングッズのプレゼント企画など

○期待する効果

- 柏市ゆかりのスポーツ団体に興味関心のある人達に向け、選手等とのコラボ企画を入口として在宅医療の紹介に繋げる

- ・ ターゲット層：働き盛り世代・子育て世代
- ・ 目的：有名グルメ店とコラボし、「在宅医療」を知って貰い、身近な親や祖父母の在宅医療について考える機会を創出



《在宅医療啓発の入口としての企画素案》

○コラボ団体

- 案① ウチめし柏実行委員会
- 案② 「働き盛り・子育て世代のシェフ」

○企画内容

- ーお店のPR&シェフの考える最後の晚餐特集
- ーおうちでも実践できる美味しい料理アレンジスキルやコツなどのアイデア特集
- ー元気になるレシピ特集
- ーシェフのアイデアから在宅でも実践できる一品レシピ紹介など
チラシ作成の上、うちめし柏と共に配布

○期待する効果

- ーうちめし柏のユーザーに自宅でも実践できる料理アレンジの情報提供などを入口として在宅医療の紹介

- ・ ターゲット層：**働き盛り世代・子育て世代**
- ・ 目的：柏市のご当地有名人・アイドル・音楽などとコラボすることで、「在宅医療」を知って貰い、身近な親や祖父母の在宅医療について考える機会を創出



《在宅医療啓発の入口としての企画素案》

○コラボ団体

- ー可能な限り多くの有名人

○企画内容

- ー活用媒体：Youtube（＝動画）
- ーコンテンツ内容

（エクササイズ，医療介護の体験談，医療介護を題材にした漫才・コント，CM：イメージ映像）

- ーターゲットの目に留まるための工夫（多数投稿，バリエーション展開等）

○期待する効果

- ー柏市ゆかりの有名人に興味関心のある人達に向け，多種多様なコラボ企画を入口として在宅医療の紹介に繋げる

○第3回啓発広報部会

令和4年1月27日（木）19時～ ハイブリット会議予定

《内容（案）》

- 報告 令和3年度 啓発広報部会活動
 - －出前講座
 - －デジタルサイネージ
 - 在宅医療認知度アンケート結果
- 議事 在宅医療情報紙「わがや19号（案）」
テーマ「在宅医療の“入り口”
寄り添う家族（介護者）の視点で紹介」
- わがや以外の啓発活動進捗報告・議事

